

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu pendorong ekonomi kreatif di Indonesia yaitu pada sektor UMKM, dimana menurut Badan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah terdapat sekitar 64,1 juta pelaku UMKM di Indonesia ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan.

Berkembangnya teknologi dan informasi saat ini menuntut UMKM untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Jika UMKM ingin tetap eksis dalam persaingan, maka UMKM harus memperhatikan salah satu faktor yang menjadi keberlangsungan kehidupan UMKM yaitu berinovasi. Fenomena persaingan di era globalisasi semakin mengarah ke sistem perekonomian negara manapun menuju mekanisme kompetisi harga dan inovasi produk yang pada akhirnya memposisikannya untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dunia usaha di Indonesia berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh beberapa kebijakan ekonomi yang telah diluncurkan pemerintah.

Perkembangan dan persaingan yang dihadapi tersebut menuntut setiap UMKM untuk selalu berusaha meningkatkan strateginya agar tetap eksis di bidang usahanya. Hal ini mengharuskan para pengusaha mencari teknik atau cara untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Ardiansyah, dkk (2014) volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh UMKM dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan UMKM. Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka UMKM harus dapat menyusun harga serta menciptakan produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan kepada konsumen dengan berbagai cara, sehingga UMKM dapat mencapai laba maksimal serta volume penjualan yang tinggi yang menjadi tujuan dari UMKM. Menurut Stanton (1986) volume penjualan merupakan studi terinci dari "penjualan bersih" (net sales) dalam laporan rugi UMKM. Manajemen harus

menganalisis volume penjualan totalnya ditinjau dari lini produk dan segmen pasar (daerah, kelompok pelanggan).

Seperti apa yang ditulis (Salim 2014:36) dalam dunia berbisnis kita perlu melakukan sebuah inovasi dalam produk, inovasi dalam pemasaran, inovasi dalam teknologi untuk meningkatkan penjualan. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Demikian juga penelitian (Tamamudin 2012:283) menunjukkan produk-produk yang selalu berinovasi akan selalu diminati masyarakat, bertahan dalam persaingan pasar dan menjadi *market leader*. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana suatu UMKM dalam meluncurkan suatu produk bisa cerdas dalam meningkatkan volume penjualan. Inovasi produk serta harga menjadi hal yang mutlak yang harus disiapkan secara matang agar sebuah produk bisa memenangkan persaingan pasar.

Swastha dan Irawan (2008) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Fenomena harga produk UMKM sebagaimana harga merupakan sejumlah uang tunai yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli untuk produk tertentu. Dalam penerapannya, harga berfungsi sebagai perencanaan, pelaksanaan, dan target suatu produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap investasi total yang dilakukan UMKM dalam fasilitas produksi dan aset yang mendukung produk UMKM tersebut. Sehingga dari itu UMKM harus selektif dalam menetapkan harga suatu produk.

**Tabel 1.1**  
**Banyaknya Usaha/Perusahaan Di Jawa Barat Menurut Wilayah Dan Skala**  
**Usaha Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016**

No	Kabupaten/Kota	UMK	UMB	JUMLAH
1	2	3	4	5
1	Kab. Bogor	367271	4799	372070
2	Kab. Sukabumi	266729	1679	268408
3	Kab. Cianjur	249061	1317	250378
4	Kab. Bandung	347573	3441	351014
5	Kab. Garut	258314	982	259296
6	Kab. Tasikmalaya	186398	460	186858
7	Kab. Ciamis	137301	589	137890
8	Kab. Kuningan	92647	643	93290
9	Kab. Cirebon	249823	2080	251903
10	Kab. Majalengka	154638	1123	155761
11	Kab. Sumedang	114550	899	115449
12	Kab. Indramayu	186738	1449	188187
13	Kab. Subang	168017	1026	169043
14	Kab. Purwakarta	84537	1268	85805
15	Kab. Karawang	229031	2565	231596
16	Kab. Bekasi	227110	4130	231240
17	Kab. Bandung Barat	154904	1029	155933
18	Kota Bogor	83138	2417	85555
19	Kota Sukabumi	38841	798	39639
20	Kota Bandung	330314	7654	337968
21	Kota Cirebon	38485	1139	39624
22	Kota Bekasi	193215	5999	199214
23	Kota Depok	157744	3158	160902
24	Kota Cimahi	55723	897	56620

25	Kota Tasikmalaya	88790	1318	90108
26	Kota Banjar	25455	283	25738
	Total	4545874	53373	4599247

Sumber : (Badan Pusat Statistik)

Dari table diatas Perkembangan Usaha saat ini begitu pesat, hingga merambah keseluruh kota dan kabupaten yang ada di Indonesia, dan membantu meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah. Salah satunya melihat pada pertumbuhan ekonomi Cirebon, Jawa Barat yang terus menggeliat, hampir separuh dari seluruh luas kota dan kabupaten Cirebon, dijadikan pusat perdagangan dan jasa,terlebih lagi di kabupaten Cirebon menduduki peringkat kelima se Jawa Barat dengan jumlah Usaha mencapai 251903 unit perusahaan baik UMK maupun UMB. hal ini memungkinkan perkembangan UMKM di kabupaten akan lebih cepat pertumbuhannya dibandingkan daerah lain. yang menyebabkan para pelaku usaha UMKM di kabupaten Cirebon berkembang dan banyak, dimana persaingan antar UMKM sendiri sudah begitu terasa khussunya di sektor usaha *makanan ringan*. Banyak pelaku usaha di bidang *makanan ringan* berlomba-lomba menawarkan produknya kepada konsumen dengan beragam rasa dan kemasan yang menarik sertaharga yang murah.

Salah satu merek makanan ringan di kabupaten Cirebonyaitu Pedas Memble, Pedas Memble berdiri pada tanggal 04 agustus 2016 dimana Pedas Memble menyediakan produk kerupuk pedas sebagai menu utamanya. Bagi sebagian masyarakat yang belum mencoba memakan Pedas Memble akan menjadi penasaran seperti apakah rasa dari makanan ini. Inilah salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh Pedas Memble agar bisa di terima oleh para konsumen dipasaran . Karena cemilan kerupuk di Indonesia bahkan diwilayah Cirebon sudah cukup banyak dan bervariasi, sehingga masyarakat akan menemukan kesulitan dalam memilih sebuah produk yang sesuai dengan daya beli masyarakat tersebut, disamping itu juga cemilan kerupuk di wilayah Cirebon sudah sangat beragam dan bervariasi harganya.

Menurut bapak Samadi selaku pemilik pedas memble Dalam



meningkatkan penjualan, Pedas memble terus melakukan berbagai inovasi produk serta menyesuaikan harga dalam menjual produknya agar bisa selalu diterima dipasar sebagai cemilan kerupuk utama. Pasar pedas memble meliputi daerah Cirebon, Indramayu, Tangerang, Subang, dan Majalengka, Oleh karena itu Pedas Memble sendiri terus berusaha berinovasi dengan menyesuaikan tren yang ada di masyarakat. Dengan cara pengolahan rasa kerupuk yang dapat dilakukan dengan cara memberikan kreasi dari cita rasa kuliner Indonesia. Ada beberapa produk kreasi varian rasa Pedas Memble diantaranya rasa original pedas, kerupuk tulang, kerupuk gendar, kerupuk jengkol pedas, kerupuk unyil, kerupuk Usus, kerupuk bunga, dan kerupuk mata. Sedangkan untuk harga sendiri Pedas Memble mematok Harga sekitar Rp.7500 untuk 1 pack kerupuk Pedas Memble.

**Tabel 1.2**

**Tabel Penjualan Pedas Memble Tahun 2019**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Penjualan /Ball</b>
1	Januari	15000 Ball
2	Februari	15000 Ball
3	Maret	16000 Ball
4	April	15000 Ball
5	Mei	17000 Ball
6	Juni	17000 Ball
7	Juli	16000 Ball
8	Agustus	18000 Ball
9	September	20000 Ball
10	Oktober	20000 Ball
11	November	20200 Ball
12	Desember	20500 Ball

Sumber : bapak Samadi (pemilik pedas Memble)

Berdasarkan table diatas hasil wawancara dengan bapak samadi selaku pemilik pedas memble, menunjukan bahwa data penjualan Pedas Memble Tahun 2018 cenderung fluktuatif dimana volume penjualan cenderung naik turun kemudian akhirnya naik di bulan-bulan terakhir. Hal Ini menunjukan perkembangan Pedas Memble sendiri cenderung lambat meskipun pada akhirnya naik, dalam hal ini Pedas Memble masih perlu meningkatkan strategi penjualan dari membuat inovasi sampai mengatur harga guna meningkatkan Volume penjualan.

Melihat analisis perkembangan dunia bisnis UMKM di atas penulis ingin meneliti lebih dalam tentang pengaruh inovasi produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan produk Pedas Memble. Oleh karena itu penting dilakukan dalam penyusunan skripsi dengan judul : **PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi PadaProduk UMKM Kerupuk Pedas Memble Desa Orimalang Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon)**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut

1. Persaingan bisnis UMKM sangat ketat,
2. Pedas Memble masih baru berdiri,
3. Inovasi produk Pedas Memble kurang inovatif,
4. Harga produk Pedas Memble mahal dibandingkankompetitor lain.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian yang akan dilakukan, agar tidak melebar permasalahannya maka penulis membatasai masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Objek penelitian yaitu penelitian hanya dilakukan pada analisis inovasi produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan Pedas Memble.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diambil beberapa rumusan masalah diantaranya bagaimana:

1. Bagaimana Pengaruh inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?
2. Bagaimana Pengaruh harga dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?
3. Bagaimana Pengaruh inovasi produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Bagaimana Pengaruh inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?
2. Bagaimana Pengaruh harga dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?
3. Bagaimana Pengaruh inovasi produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan Produk Pedas Memble?

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan ilmu pengetahuan serta referensi wawasan konsep bisnis cemilan kerupuk untuk berinovasi produk serta kompetisi harga dalam meningkatkan penjualan dalam bisnis. Serta mendapatkan informasi mengenai analisis inovasi produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Tri Dharma perguruan tinggi, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan

kajian dan bahan bacaan yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi dunia keilmuan yang ada di bidang bisnis cemilan kerupuk.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini ditulis sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

**Pada BAB I** merupakan bab yang berisi pendahuluan, yaitu meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

**Pada BAB II** merupakan bab yang berisi kajian pustaka, yaitu meliputi landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

**Pada BAB III** merupakan bab yang berisi metodologi penelitian, yaitu meliputi tempat dan waktu penelitian, desain/metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional atau variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**Pada BAB IV** merupakan bab yang berisi hasil dan pembahasan dari hasil penelitian, yaitu meliputi kondisi objektif penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

**Pada BAB V** merupakan bab yang berisi penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan saran.